

A LIRE

Génération Y
Les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion

M. DAGNAUX

Presses de Sciences Po, 172 pages, 14 euros

Le webmarketing : Stratégies et moyens opérationnels pour améliorer sa visibilité, convertir les prospects en clients

T. FAIVRE-DUBOZ, R. FÉTIQUE, A. LENDREVIE

Dunod, 320 pages, 29 euros

Les paradoxes de la relation client dans un monde digital

E. FALQUE, S.-J. WILLIAMS, BEARINGPOINT

Pearson, 260 pages, 29 euros

LES FAQ DU JURISTE

Précisions sur la responsabilité pénale des "producteurs" de sites

Le Conseil constitutionnel vient d'apporter, le 16 septembre 2011, des précisions importantes sur la responsabilité du "producteur" de sites. Il déclare conforme à la Constitution l'article 93-3 de la loi du 29 juillet 1982 qui prévoit un régime de responsabilité "en cascade" en matière de diffamation et d'injures, selon lequel le directeur de la publication sera poursuivi à titre principal, à défaut, l'auteur, et à défaut de l'auteur, le producteur.

Toutefois, le Conseil estime que ce régime a pour effet qu'en cas de publication de propos injurieux ou diffamatoires sur un site web, le producteur ne peut s'exonérer qu'en désignant l'auteur du contenu, souvent anonyme, ou en démontrant que le directeur de la publication est responsable, alors que celui-ci bénéficie d'un régime spécifique. Depuis la loi Hadopi, ce dernier ne peut voir sa responsabilité pénale engagée s'il n'avait pas effectivement connaissance du message avant sa mise en ligne, ou s'il a agi promptement pour le retirer dès qu'il en a eu connaissance.

Selon le Conseil, l'article 93-3 doit donc être interprété de manière à ce que le producteur ne puisse voir sa responsabilité engagée à raison du seul contenu d'un message dont il n'avait pas connaissance avant sa mise en ligne. Le Conseil rééquilibre ainsi le statut juridique du producteur, le rapprochant très partiellement, de celui de l'hébergeur.

La prudence invite donc à considérer que tout éditeur de site appliquant une politique de modération a priori des contributions des internautes pourrait voir sa responsabilité engagée à raison de ces contributions, sauf à en désigner l'auteur ou démontrer que le directeur de la publication est responsable.

Il est donc crucial pour chaque éditeur de mettre en place une politique de modération clairement définie, de s'assurer qu'il détient les données permettant d'identifier l'auteur du message, étant rappelé qu'il s'agit d'ailleurs d'une obligation légale pénalement sanctionnée.

Mathieu Prud'homme, avocat et directeur du département Internet contentieux, cabinet Alain Bensoussan, et Maître Katharina Berbett, avocat

PROFILS

Sarenza

Eléonore Baudry
 est nommée directrice internationale

TripAdvisor

Julie Bradley
 est nommée directrice financière

Le Monde Interactif

Christine Le Touche
 est nommée directrice marketing

Google Entreprise

Eric Haddad
 est nommé directeur France



Pour s'abonner à **Stratégie Internet**

Retourner ce document à **Benchmark Group**
69/71 Av. Pierre Grenier 92517 Boulogne-Billancourt ou le faxer au **01 47 79 50 01**.

Je m'abonne pour un an (10 numéros) à *Stratégie Internet* pour **415 € (1)** au lieu de 460 € HT
 Net à payer TTC : 437,83 €

Je vous règle par chèque bancaire ci-joint à l'ordre de Benchmark Group.
 Je souhaite recevoir une facture.

Etranger 445 € au lieu de 490 €

Je souhaite en complément recevoir la collection complète des **10 derniers numéros (un an) pour 290 € HT**

Nom Prénom

Fonction

Société

Secteur d'activité

E-mail

Tél. Fax.

Adresse

Code Postal Ville

Date Signature

Garantie Au cas où je souhaiterais interrompre mon abonnement, les numéros à paraître me seront remboursés au prorata. **(1) Offre spéciale** valable jusqu'au 30 novembre 2011.

SI 156